DOCUMENT: 830-189/006

FEDERAL-PROVINCIAL MEETING OF MINISTERS RESPONSIBLE FOR INTERNATIONAL TRADE

Discussion Paper -

National Trade Strategy Update

Federal

Vancouver, British Columbia
May 28, 1985

DISCUSSION PAPER

NATIONAL TRADE STRATEGY UPDATE

Background

The National Trade Strategy highlighted the three pillars of trade success: competitiveness, access to foreign markets and effective international marketing. Federal-provincial agreement was reached at the First Ministers' Conference (FMC) on the Economy in Regina on February 15, 1985 that work should commence on an action program to implement a number of the elements of a national approach to international marketing.

In the implementation action plan, the provinces and the federal government agreed to commence certain activities in the immediate aftermath of the FMC. It was noted that other initiatives would be the subject of a continuing federal-provincial dialogue to give more precision to those initiatives, and to clarify the respective roles of the federal and provincial governments and that of the private sector.

The focus of this Conference is on one particular element of the "implementation action plan," namely the identification of markets of concentration and the development of unified export market plans. A related issue to this market planning exercise is that of "Trade Development Resource Allocation". It will be dealt with as a separate agenda item.

Current Situation

Federal and provincial officials have begun work on the "implementation action plan" items immediately following the FMC. Substantial progress has already been achieved in the following areas:

- Establishment of a computerized central information exchange covering federal and provincial trade fairs and missions activities;

- an expanded two-way program of personnel exchanges in the trade development sector under the auspices of the Interchange Canada Program (the issue of provincial trade representation abroad is a separate agenda item);

- the incorporation of provincial perspectives into letters of instruction to federal head of missions;

.../2

- the first phase of Export 85 i.e. Marketplace 85 interviews and the follow-up activities with exporters so identified;

- a trade development and investment action plan to maximize opportunities flowing from Expo '86.

All these above activities were reported on and discussed by Federal-Provincial Trade Deputy Ministers on April 11 in Montreal. Continuing progress in this regard will be pursued in the ongoing meetings of the Federal-Provincial Committtee on Export Development chaired by Mr. A. Kilpatrick (ADM International Trade Development). That Committee will be focussing as well on the other action elements, namely:

- development of mechanisms to introduce increased numbers of companies to exporting and to increase existing exporters to export more;

- facilitate the acquisition and adaptation of foreign technology and its dissemination to small and medium-sized companies;

- promote new foreign investment to Canada;

- development of cooperative mechanisms at the federal-provincial level to ensure that trade development programs and activities are better coordinated.

In those areas as well progress has been made and is being monitored by officials.

Given the importance to the Prime Minister of exports and job creation in Canada and their positive future impact on deficit reduction, the time is right for Ministers to focus on one particular aspect of the national trade strategy. This could be simply stated as the setting of priorities, the agreement on a marketing approach and the commitment of resources to its accomplishment.

Officials met and selected some 7 export markets (which collectively accounted for some 85% of Canada's exports in 1984) for the focus of attention. For each market, certain key industries or service sectors were selected wherein export opportunities were considered the best and where Canadian supply capability could be maximized. Each sector in each market was addressed in terms of the following factors:

.../3

- Opportunites
- Constraints
- Actions planned A) current
  B) new initiatives
- Resource implications
- Results expected

These seven draft export marketing plans (annexed) were all prepared by federal officials on the basis of varying degrees of provincial input. They represent nonetheless an approach which Ministers need to consider more carefully.

Questions/Options for Action

1. Of the seven draft market plans prepared to date, do they represent an approach that is desirable as a starting point for federal-provincial market planning efforts?

   a) How can we ensure that provincial interests are best represented in a "national" approach?

   b) Is there room for a particular province to take the lead in a particular sector in a particular market?

   c) How specifically should Ministers be involved in the exercise?

2. For internal management purposes we intend to develop market plans for our top 20-25 export markets. We need to know whether provinces wish to participate in-depth in that number of market reports, or whether they wish to proceed on a lesser number of markets. If so how many? where? and how should they be proceeded with?

3. How specific should our public sector goals/targets for particular markets and sectors be?

4. How do we structure the process between the public sector and the private sector to achieve the best results?

   a) How do we pass on to them the results/approach to export marketing our officials have developed?

   b) Do we encourage industry associations on behalf of their members to establish targets in particular markets?

.../4

c) Do we ask industry to form advisory panels or steering committees to implement certain marketing initiatives?

d) Should there be cost-sharing or other forms of financial cooperation?

5. Are the existing forms of federal-provincial cooperation (informal dialogue, officials meetings) sufficent? Should ministerial meetings play a greater role?

6. What forms of cost-sharing need to be considered? In the past, some successes have been achieved when the federal and provincial governments cost-shared certain trade development initiatives. What other forms of cost-sharing mechanisms need to be considered?

DOCUMENT: 830-189/006

REUNION FEDERALE-PROVINCIALE DES MINISTRES
RESPONSABLES DU COMMERCE INTERNATIONAL

Document de travail -

Arrêté de situation sur la stratégie nationale du commerce

Fédérale

Vancouver (Colombie-Britannique
Le 28 mai, 1985

DOCUMENT DE TRAVAIL

ARRÊTÉ DE SITUATION SUR LA STRATÉGIE NATIONALE DU COMMERCE

Contexte

La Stratégie nationale du commerce a mis en relief les trois composantes fondamentales de la réussite dans le secteur commercial: la compétitivité, l'accès aux marchés étrangers et une commercialisation internationale efficace. Lors de la Conférence des premiers ministres sur l'économie tenue à Regina, le fédéral et les provinces ont convenu le 15 février 1985 qu'il fallait entamer l'élaboration d'un programme d'action visant à mettre en oeuvre un certain nombre des éléments d'une approche nationale de la commercialisation internationale.

C'est ainsi que, dans l'esprit du "plan de mise en application", les provinces et le gouvernement fédéral ont convenu de donner le coup d'envoi à certaines activités au lendemain de la conférence. Il a été noté que d'autres initiatives feraient l'objet d'un dialogue continu entre le fédéral et les provinces de façon à en préciser la nature et à clarifier les rôles respectifs des gouvernements fédéral et provinciaux et celui du secteur privé.

La présente Conférence concentrera ses travaux sur un élément en particulier du "plan de mise en application", à savoir l'identification des marchés de concentration et l'élaboration de plans uniformes concernant les marchés d'exportation. L'"allocation des ressources au titre du développement du commerce" est une des questions liées au processus de planification des activités sur les marchés; elle sera discutée dans le cadre d'un point distinct de l'ordre du jour.

Situation actuelle

Les officiels fédéraux et provinciaux ont abordé l'examen des points figurant dans le "plan de mise en application" dès après la tenue de la Conférence des premiers ministres. Des progrès importants ont déjà été réalisés dans les domaines suivants:

- l'établissement d'un centre automatisé d'échange d'informations couvrant les activités fédérales et provinciales concernant les foires et les missions commerciales;

- l'élargissement du programme bidirectionnel d'échanges de personnel dans le secteur du développement du commerce, sous l'égide du programme Échanges Canada (la question de la représentation commerciale provinciale à l'étranger fait l'objet d'un point distinct);

- l'incorporation des perspectives provinciales dans les lettres d'instruction aux chefs de mission du fédéral;

- la première phase du programme "Exportations 85", c'est-à-dire les entrevues menées dans le cadre de Carrefour des marchés mondiaux 85 et les activités de suivi auprès des exportateurs recensés par le biais des entrevues;

- l'élaboration d'un plan d'action concernant les investissements et le développement du commerce, de façon à tirer profit au maximum des occasions qui découleront de la tenue d'Expo 86.

Les sous-ministres du Commerce du fédéral et des provinces ont discuté de toutes ces activités le 11 avril à Montréal. Les participants aux réunions du Comité fédéral-provincial chargé du développement des exportations, présidé par M. A. Kilpatrick (SMA - Expansion du commerce extérieur) suivront de près les progrès futurs réalisés à cet égard. Le comité concentrera également son attention sur les autres éléments du plan de mise en application, à savoir:

- la mise en place de mécanismes pour rallier de plus en plus d'entreprises à l'exportation et pour encourager les exportateurs existants à exporter davantage;

- la facilitation de l'acquisition et de l'adaptation de la technologie étrangère et sa diffusion aux petites et moyennes entreprises;

- la promotion de nouveaux investissements étrangers au Canada;

- la mise au point de mécanismes de coopération au niveau fédéral-provincial pour veiller à ce que soit mieux coordonnés les programmes et activités liés au développement du commerce.

Des progrès ont également été enregistrés dans ces secteurs, et les officiels suivent de près l'évolution du dossier.

Étant donné l'importance que le Premier ministre accorde aux exportations et à la création d'emplois au Canada et leur impact sur la réduction du déficit, le temps est maintenant venu pour les ministres de concentrer leur attention sur un aspect particulier de la stratégie nationale du commerce, qui pourrait se résumer comme suit: établir les priorités, s'entendre sur une approche de la commercialisation et engager les ressources nécessaires à sa réalisation.

Des officiels se sont réunis à cette fin et ont choisi sept marchés de concentration des exportations (qui, combinés, représentaient environ 85 % des exportations du Canada en 1984). Pour chaque marché, les officiels ont en outre choisi certaines industries clés ou certains secteurs de services où les possibilités d'exportation étaient jugées les meilleures et où il serait possible de maximiser la capacité d'approvisionnement du Canada. Chaque secteur de chaque marché a été examiné en fonction des critères suivants:

- Occasions
- Limites
- Actions prévues A) initiatives en cours
  B) nouvelles initiatives
- Incidences sur le plan des ressources
- Résultats attendus

Ces sept ébauches de plans de commercialisation des exportations (ci-jointes) ont toutes été préparées par des officiels fédéraux sur la foi de données plus ou moins détaillés fournies par les provinces. Elles représentent néanmoins une approche que les ministres se doivent d'examiner plus attentivement.

Questions/Options en vue d'une action

1. Les sept ébauches de plans de commercialisation des exportations préparées jusqu'à maintenant représentent-elles une approche souhaitable comme point de départ des efforts fédéraux-provinciaux de planification des activités sur les marchés?

   a) Comment pouvons-nous veiller à ce que les intérêts des provinces soient le mieux représentés dans une approche "nationale"?

   b) Est-il opportun qu'une province prenne l'initiative dans un secteur particulier d'un marché donné?

   c) Comment précisément les ministres devraient-ils participer au processus?

2. À des fins de gestion interne, nous entendons préparer des plans de commercialisation pour nos 20-25 principaux marchés extérieurs. Il nous faut savoir si les provinces souhaitent participer à fond à la préparation d'un aussi grand nombre de rapports sur les marchés, ou si elles préfèrent s'en tenir à un nombre moins élevé. Si tel est le cas, quel serait ce nombre? De quels marchés s'agirait-il? Comment faudrait-il mener la préparation?

3. Combien faudrait-il que nous précisions les objectifs du secteur public en ce qui concerne des marchés et secteurs donnés?

4. Comment agençons-nous le processus entre le secteur public et le secteur privé de façon à parvenir aux meilleurs résultats?

   a) Comment leur communiquons-nous les résultats/l'approche de la commercialisation des exportations que nos officiels ont mis au point?

   b) Encourageons-nous les associations industrielles au nom de leurs membres à se fixer des objectifs dans des marchés particuliers?

   c) Demandons-nous à l'industrie de mettre sur pied des conseils consultatifs ou des comités d'orientation pour mettre en oeuvre certaines initiatives de commercialisation?

   d) Devrait-il y avoir un partage des coûts ou d'autres formes de coopération financière?

5. Les formes existantes de coopération fédérales-provinciales (dialogue informel, réunions d'officiels) suffisent-elles? Les réunions ministérielles devraient-elles jouer un rôle plus grand?

6. Quelles formes de partage des coûts devraient-être envisagées? Par le passé, certains succès ont été obtenus lorsque le fédéral et les provinces se sont partagé les coûts de certaines initiatives de promotion du commerce. Quelles autres formes de partage des coûts devraient être envisagées?